

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Dealer PT Honda Indo Perkasa Bunga Raya yang beralamat di Jln.Sultan Syarif Kasim,RT.01,RW.003 Desa Bunga Raya Siak Sri Indrapura. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2014 sampai dengan selesai.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok data:

3.2.1 Data Primer

Yaitu data informasi yang diperoleh langsung dari obyek penelitian, berupa hasil dari wawancara langsung dan penyebaran koesioner yang ditujukan kepada konsumen yang melakukan pembelian produk di Dealer PT Honda Indo Perkasa Bunga Raya.

3.2.3. Data sekunder

Yaitu data dan informasi yang sudah dibukukan, baik yang di peroleh dari Dealer PT Honda Indo Perkasa Bunga Raya seperti produk yang ditawarkan, harga, dan promosi yang dilakukan, buku-buku teks mengenai sumber daya manusia, hasil riset tentang penjualan dan faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan yang diteliti sebelumnya.

3.3. Populasi Dan Sampel

Untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (**Sugiyono, 2012 : 115**).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Dealer PT. Honda Indo Perkasa Bunga Raya pada periode tertentu. Yaitu diambil dari data jumlah konsumen Dealer PT. Honda Indo Perkasa Bunga Raya yang melakukan pembelian pada tahun 2013. Dimana jumlah konsumen yang melakukan pembelian yaitu 704 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi (**Wawan dan Dewi, 2010 : 68**). Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini digunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Konsumen (Populasi)

e = Batas Toleransi Kesalahan (Error) sebesar 10%

$$n = \frac{704}{1 + 704 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{704}{1 + 704 (0.01)}$$

$$n = \frac{704}{1 + 7,04}$$

$$n = \frac{704}{8,04}$$

$$n = 87,5 \text{ dibulatkan } 88$$

Dengan demikian jumlah sampel dari penelitian ini adalah dibulatkan menjadi 88 orang konsumen.

3.4. Teknik Penarikan Sampel

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampling adalah metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/accidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2012).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut.

1. Menyebarkan kuesioner berupa daftar pertanyaan kepada responden/konsumen Dealer PT Honda Indo Perkasa Bunga Raya.

2. Wawancara dengan pihak-pihak lain yang berhubungan dengan penelitian dengan mengadakan Tanya jawab tentang topik yang diteliti.
3. Melakukan observasi di perusahaan yaitu dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan perusahaan.

3.6. Metode Analisis Data

metode analisis data ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang ringkas, dimana hasil penelitian beserta analisisnya diuraikan dalam suatu tulisan ilmiah yang mana dari analisis tersebut akan diperoleh suatu kesimpulan.

3.6.1. Uji Kualitas Data

Menurut (Iskandar, 2010:68) kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam penelitian tersebut. Kualitas data yang ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk menghasilkan data yang berlaku. Adapun uji yang digunakan untuk menguji kualitas data adalah, uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas.

1. Uji Validitas

Uji Validitas data yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,3 seperti yang dijelaskan Sugiyono dan Wibowo. Bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas , maka faktor

tersebut merupakan *construct* yang kuat. Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan **skala *Alpha Cronbach's*** 0 sampai 1.

Jika skala itu dikelompokkan dalam rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Alpha Cronbach's 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
2. Nilai Alpha Cronbach's 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
3. Nilai Alpha Cronbach's 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
4. Nilai Alpha Cronbach's 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
5. Nilai Alpha Cronbach's 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal, seperti diketahui, uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. (Ghozali, 2006 : 110). Jika data menyebar jauh dari regresi atau tidak

mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi linear berganda perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut. Untuk tujuan tersebut maka harus dilakukan pengujian terhadap tiga asumsi klasik berikut ini:

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditekukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas terdapat korelasi yang cukup tinggi dari R^2 maka terjadi multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas tersebut (**Ghozali, 2006 : 91**).

Multikolinearitas dapat diuji melalui nilai toleransi dengan *variance Inflation Factor* (VIF).

- Jika $VIF > 10$, terdapat persoalan multikolinearitas diantara variabel bebas.
- Jika $VIF < 10$, tidak terdapat persoalan multikolinearitas diantara variabel bebas.

2. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (**2006: 96**), uji korelasi adalah keadaan dimana terjadi korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model yang baik mengisyaratkan tidak adanya

masalah korelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya auto korelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test).

Ketentuannya yaitu :

1. Angka DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi
2. Angka DW diantara -2 samapai 2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka DW diatas 2 berarti ada autokorelasi

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan cara melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dan resedualnya SRESID. Jika gambar berentuk ada masalah heterokedastisiotas dan tidak membentuk berarti tidak ada masalah Heterokedastisitas .(Ghozali 2006:105).

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya Heterokedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresinya.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk pengujian hipotesis, data diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik Analisis Linier Berganda. Analisis ini digunakan untuk membuat prediksi

(ramalan) tentang seberapa besarnya aktivitas advertising, personal selling, dan sales promotion terhadap peningkatan penjualan.

Fomula untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Volume Penjualan

a : Konstanta

X1 : periklanan

X2 : penjualan pribadi

X3 : promosi penjualan

b1 : Koefesian untuk variabel periklanan

b2 : Koefesien untuk variabel penjualan pribadi

b3 : Koefesien untuk variabel promosi penjualan

e : error

untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian pada setiap jawaban pertanyaan berdasarkan skala likert menurut **Sugiyono, (2012:201)**, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Adapun bobot penilaian terhadap jawaban kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Bobot Penilaian Jumlah Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4

Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda berdasarkan uji secara Silmultan (uji F), Uji secara Persial (Uji t), Uji koefisien Determinasi (R^2), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *Software* SPSS.

1. Uji Statistik Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. yaitu dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F table pada tingkat signifikan 0,05. Apabila F hitung > F table maka variabel-variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap peningkatan penjualan sebagai variabel terikat.

2. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menentukan koefesien spesifik yang mana tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel depeden. (Ghozali, 2006:58).

Signifikan koefisien parsial ini memiliki distribusi t dengan derajat kebebasan $n-k-1$, dan signifikan pada $\alpha = 0,05$.

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$ maka variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan (R^2) antara 0 sampai 1. Jika koefisien determinan 0 berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinan semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka koefisien determinan yang digunakan adalah *adjusted R square* (Ghozali, 2006). Dari determinan (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.

Berikut dibawah ini tabel interval koefisien korelasi (R) yang menyatakan tingkat hubungan variabel **sugiyono (2010:67)**.

Tabel 3.2 Interval Koefisien Korelasi (R)

Interval	Tingkat hubungan
0,00-199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0.80-0,1000	Sangat kuat